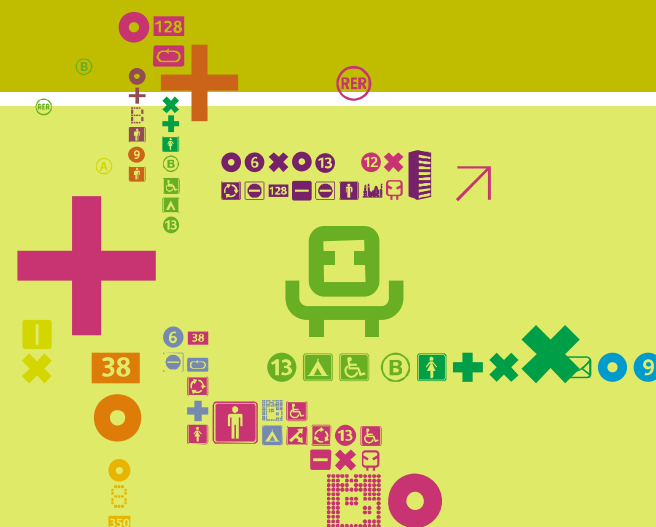


Les enfants et les ados : une clientèle en devenir

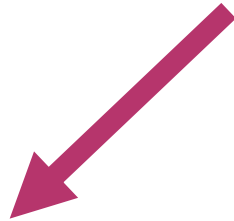
Cognition & Mobilité – 22 juin 2011
Hélène Laborie CML/Marketing



Les juniors franciliens



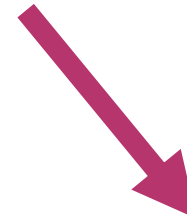
■ 3,9 millions de jeunes âgés de 0 à 25 ans



1,6 millions
10 ans et moins



1,2 millions
11-18 ans



1,1 millions
18-25 ans

■ Une population non homogène en termes de mobilité, en particulier à l'égard des TC

2 catégories :

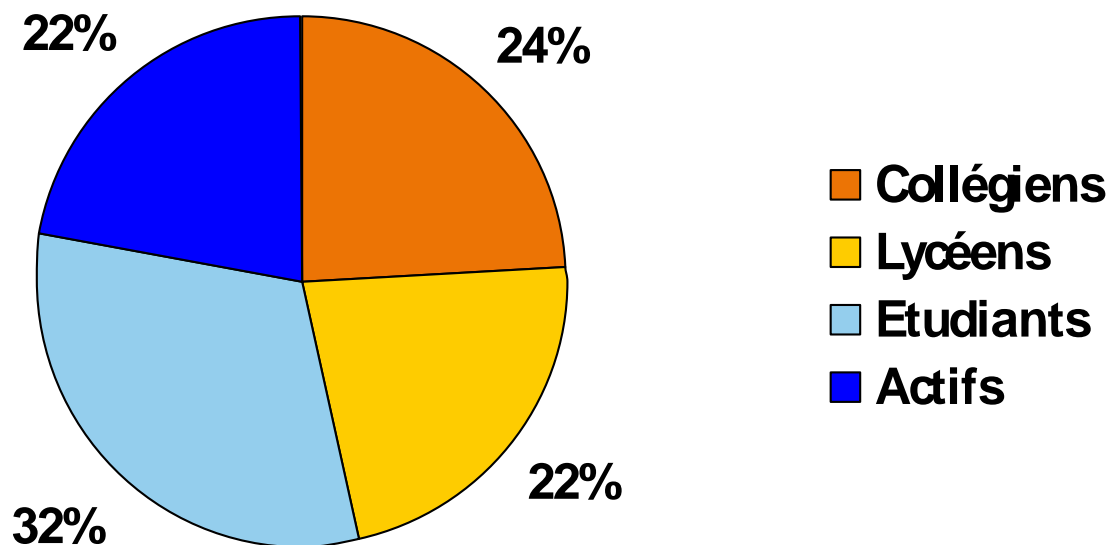
- Les « sans autonomie » (10 ans et moins)
- Les « autonomes » (de 11 à 25 ans)



L'activité des 11-25 ans



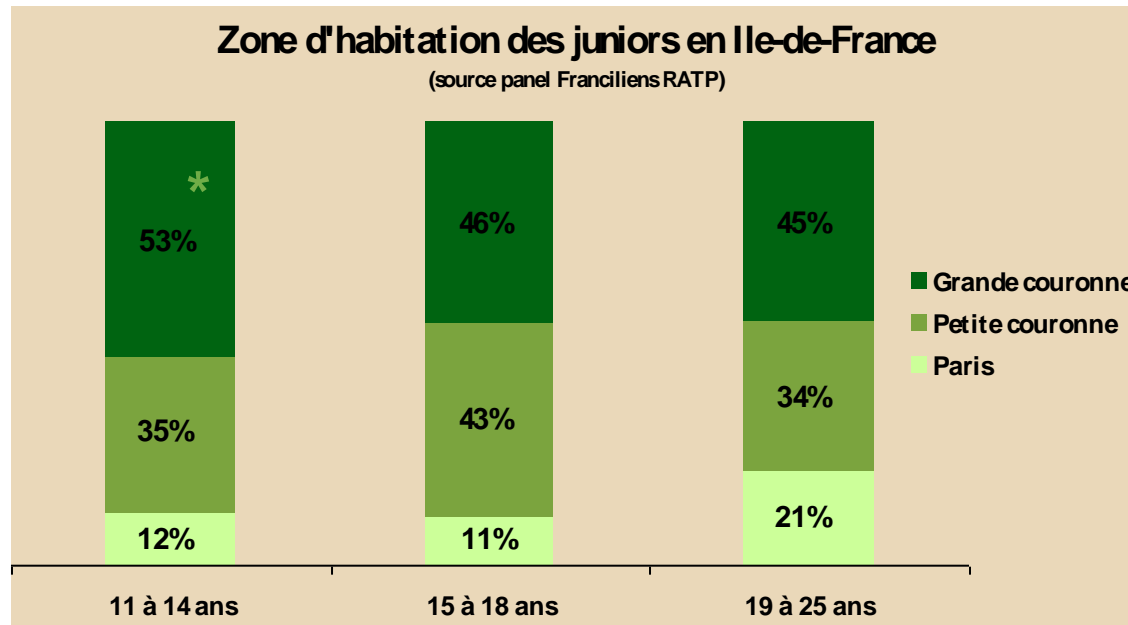
- Plus de 80% sont dans le système scolaire



Lieux d'habitation des 11-25 ans



- Les 11-14 ans davantage en grande couronne, les 19-25 ans sur-représentés à Paris



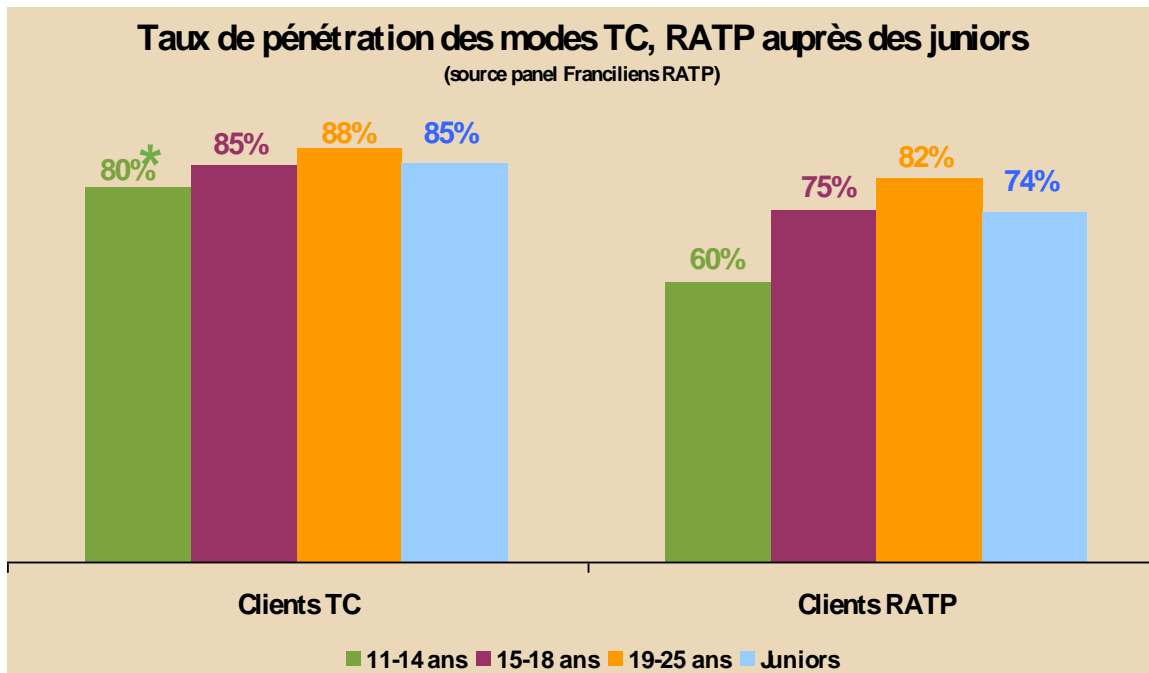
* 53% des 11 à 14 ans habitent en grande couronne



L'usage des TC par les 11-25 ans



- Les 19 à 25 ans, plus consommateurs de TC
 - Un usage de « proximité » pour les plus jeunes

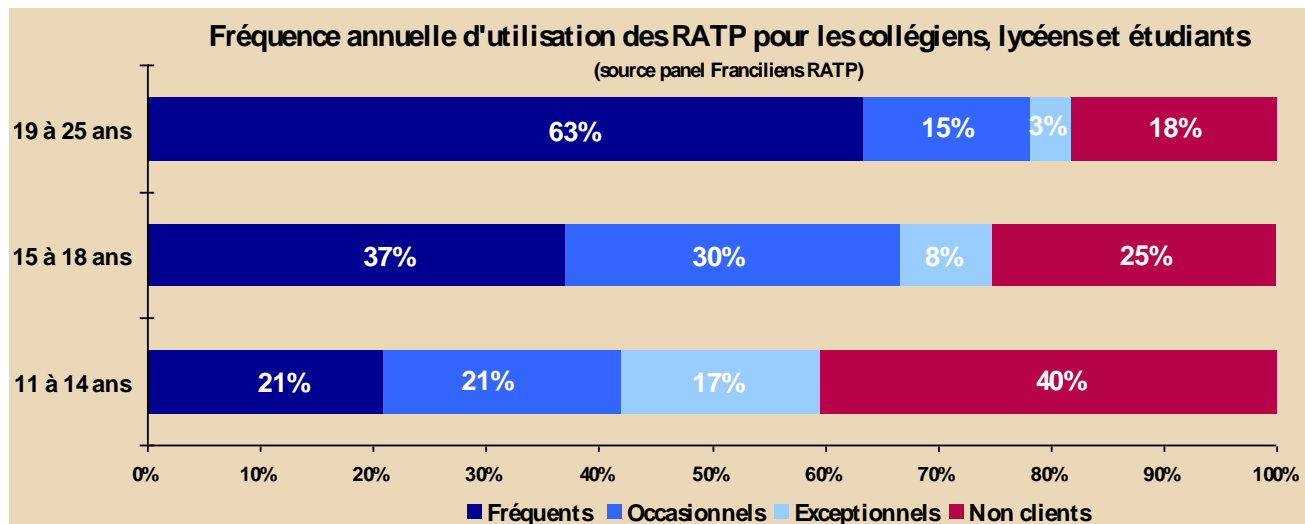
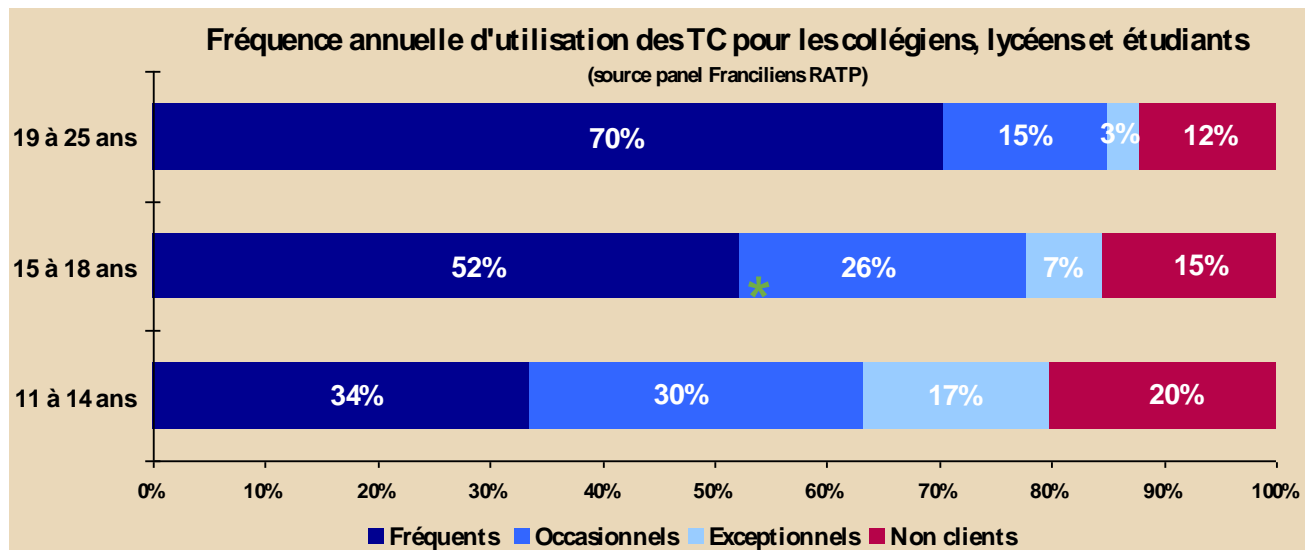


* 80% des 11 à 14 ans utilisent au moins une fois un mode TC sur 1 an

La caractérisation des juniors Franciliens



■ Une fréquence d'usage en lien avec l'âge



Les « modes de vie » des 11-25 ans



■ Une génération née dans un monde numérique (*)

- Une nouvelle façon de percevoir son environnement
 - Un nouveau rapport au temps et à l'espace :
 - De nouveaux rapports aux autres
 - De nouveaux rapport à l'autorité
- De nouveaux mécanismes de consommation
 - Une nouvelle façon d'aborder la relation marchande
 - Une moindre considération des biens matériels

(*) Etude Digital natives menée par BVA



Un titre spécifique pour les juniors



■ Un forfait annuel pour les Collégiens, lycéens, étudiants de moins de 26 ans

- Une tarification avantageuse
- Une simplicité d'utilisation
- Une mobilité sans frontière
- Une souplesse d'utilisation



=> 800 000 porteurs à fin 2010 (51% d'étudiant et 49% de scolaires)

- Dès la rentrée 2011, accessible à partir de l'âge de 4 ans (accessible uniquement à partir de la 6ème jusqu'à lors)



Plus qu'un titre de transport



■ Un forfait qui donne l'accès à une offre de services (avantages exclusifs, animations, événements)

○ Exemples d'actions en 2010

- Concert privé « Christophe Maé – NRJ »
- Stand imagine R aux Solidays
- Nouveau site internet plus interactif
- Animation journalière de la page Facebook
- ... et de nouveaux Bons Plans tous les mois



○ Exemples d'actions en 2011

- Opération online « Dénich'R »
- Chasse au Trésor « Explore'R » sur Internet et dans le réel
- Casting d'un jeune talent d'acteur pour jouer dans le prochain film Djamel Bensalah
- Concours pour créer le visuel de la prochaine carte Bons Plans



Les 0-10 ans



▪ Un faible usage des TC

- La marche à pied est le mode privilégié
- La voiture est aussi utilisée, mais dans une moindre mesure
- Une utilisation occasionnelle des Transports en commun

▪ En matière de mobilité, la cible concernée = les parents

- Une attente de facilitation d'accès et d'usage
 - ↳ En lien avec la stratégie RATP de facilitation du quotidien



Aménagements des espaces et des véhicules



■ A bord des Bus

- « Sièges maman »
- Possibilité de voyager avec des poussettes



■ Dans les stations et gares

- Accès avec des poussettes dans les gares et les stations via les PEM
- Ascenseurs et des escaliers mécaniques



● Accès au titre

- Simplification de l'accès aux tarifs réduits aux automates de vente de titres

Sécurisation de nos espaces



■ Portes Palières sur les quais du Métro



■ Règles de sécurité sous forme ludique





Merci de votre attention

